

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian laptop Asus di Semarang. Data ini dikumpulkan dari 100 konsumen atau pengguna laptop Asus.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan simple random sampling. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas dan *Importance Performance Analysis (IPA)*.

Hasil analisis menggunakan Importance Performance Analysis (IPA) untuk mengetahui tingkat gap antara besaran harapan konsumen dengan kinerja produk. Berdasarkan analisis data tiap - tiap faktor keputusan pembelian mengalami gap negatif (-), dimana faktor kualitas produk mengalami gap -0,65. Faktor Harga terjadi gap -0,55. faktor Promosi -0,86. dan pada faktor layanan purna jual -0,77. Dimana harapan lebih besar daripada kinerja produk yang diharapkan. Hal ini bisa dijadikan acuan untuk meningkatkan kinerja produk

Kata kunci : Keputusan Pembelian, Importance Performance Anaysis, kualitas produk, harga, promosi